

Contrastes

Viajar, conocer nuevos lugares, es una oportunidad para convivir con otros valores, personas, hábitos, costumbres. El mundo del turismo es una actividad primordial donde el servicio, la atención, el modo de brindar satisfacción a otros se ponen en evidencia con mayor profundidad.

Cuando viajamos, estamos a merced de lo que otros nos brindan en términos de comodidad, calidez, información, seguridad, soluciones a problemas, simples o complejos. Entre las expectativas que tenemos, las promesas y lo que nos brindan siempre hay alguna distancia. Esa brecha es la que va a marcar lo posibilidad de continuar la relación como clientes, de recomendar, de transformarnos de meros usuarios a promotores del servicio. El turismo y sus propuestas son la expresión más elocuente de lo que estamos diciendo, y es una actividad de la que podemos aprender para aplicar a otros negocios.

Cuando viajamos, somos altamente sensibles a lo que nos dan o no, lo cual es lógico: estamos a merced de la oferta, del cumplimiento de lo prometido, de la disposición a solucionar dificultades.

El turismo y sus propuestas son la expresión más elocuente de lo que podemos aprender para aplicar a otros negocios.

Estas reflexiones se relacionan con el viaje de vacaciones en auto que hice junto a mi familia a la Patagonia, sur de Argentina y Chile, en el que recorrimos

Por Néstor Rabinovich
Consultor en ventas, marketing
y creatividad

rabinovichnestor@gmail.com
www.rabinovichasesor.com.ar



localidades como Puerto Madryn, Parque Nacional Monte León, Puerto Natales, Calafate, Chaltén, Los Antiguos, Bariloche. Conocimos lugares bellos y distantes, y siempre nos alojamos en cabañas o departamentos alquilados por día. Vivenciamos los contrastes de cada lugar en lo que respecta al servicio turístico.

Contrastes: en Puerto Madryn, recién llegados, bajando bolsos y valijas: –¿Tienen el saldo para abonar? –Estamos bajando las cosas, enseguida pagamos. –Es política del lugar. Solicitamos una llave adicional o poder hacer una copia, porque éramos cinco personas: no lo permitían; pedimos hacer una llamada por teléfono de línea ante una emergencia: no tenían guía de la ciudad. En Puerto Natales, los dueños, cuando llegamos, se presentaron, nos estrecharon la mano a los cinco, bajaron todo el equipaje por iniciativa propia; de manera espontánea, dedicaron tiempo para hacer sus recomendaciones sobre

paseos y cómo realizarlos; en el restaurante donde cenamos, mientras esperábamos la comida, la moza trajo hojas y lápices de colores para que la niña que nos acompañaba en el viaje se entretuviera.

En Calafate, cuando nos vieron entrar con bolsas del supermercado, el dueño, preocupado, nos avisó que no se podía cocinar en el departamento, que tiene cocina. –Algunos se han quejado en el pasado –dice. No nos lo habían avisado... ¿Para qué tienen cocina?.

En El Chaltén, no nos pidieron la reserva. La hacen por teléfono y confían. ¿Existirán? Existen. Disponibles para cualquier necesidad, siempre preguntaban si estábamos a gusto. –No hay apuro por pagar, lo hacen al salir. El mismo criterio en otro lugar de paso, en Los Antiguos, un lugar increíble: padecimos un desperfecto mecánico en el trajín de largos viajes y el encargado, con la supervisión del dueño del complejo, se ofreció a resolverlo, con éxito.

Contrastes entre lo que prometemos y cumplimos, entre lo que decimos y hacemos, entre lo que se supone y lo que damos, por demás o de menos.

En Bariloche algo se rompió en el baño de la cabaña. De inmediato el dueño lo resolvió. No pasó ni una hora, nuevamente el baño estuvo disponible. Aclaró que era su modo de atender a los turistas.

Contrastes entre lo que prometemos y cumplimos, entre lo que decimos y hacemos, entre lo que se supone y lo que damos, por demás o de menos. Como siempre decimos, la calidad no está en las cosas. En la medida que superamos las expectativas del cliente, hay calidad.

La actividad turística es la que quizás mejor expresa esta regla, que va a permitir generar clientes que hablen de nosotros. El famoso “boca en boca”,

clientes promotores del servicio que damos. Por otro lado, ¿de qué sirve un esquema, un protocolo, si es rígido? Aferrarse a una idea sobre cómo deben ser las cosas no lleva al éxito del negocio.



Tenemos que manejar un menú de opciones, y estar abiertos. Vivimos tiempos de hacer trajes a medida sin perder identidad y foco. ¡Toda una tarea artesanal! Estamos en un mundo tecnificado, saturado de mensajes de manera permanente, con ofertas sistemáticas que compiten entre sí, donde el precio parece ser la variable determinante.

Cumplir por encima de las expectativas, el contacto personal, la gratificación, la solución de problemas como premisa, la flexibilidad, la velocidad de respuesta son la llave para permanecer en el tiempo.

Las PyME y los emprendedores tienen en esto mucho por hacer. ■